

08/2014

29 enero de 2014

M^a José Izquierdo Alberca

TENER UNA WEB NO BASTA. LA
INSUFICIENTE CULTURA DE
SEGURIDAD Y DEFENSA EN EL
CURRÍCULO ESCOLAR

[Visitar la WEB](#)

[Recibir BOLETÍN ELECTRÓNICO](#)

TENER UNA WEB NO BASTA. LA INSUFICIENTE CULTURA DE SEGURIDAD Y DEFENSA EN EL CURRÍCULO ESCOLAR

Resumen:

Aunque se ha hecho un esfuerzo en la normalización de la imagen de las Fuerzas Armadas en la sociedad, queda mucho camino por recorrer hasta conseguir la inclusión de contenidos de seguridad y defensa nacionales en el sector de la educación secundaria. Las redes sociales y la web tienen una extraordinaria capacidad para la difusión y la comunicación, pero es preciso evaluar su efecto y plantear una estrategia de comunicación que alcance al sector educativo. Se plantean la necesidad de medir la eficacia de lo realizado, atraer el interés de alumnos y profesores y no desaprovechar la positiva percepción de la sociedad ante la institución militar y las cuestiones relativas a la seguridad y defensa.

Abstract:

Although some effort has been made for the normalization of Armed Forces image in our society, a long way still remains to be done in order to get the inclusion of National Security and Defense contents in Secondary Education. Social networks and web have an extraordinary capacity for diffusion and communication, but it is necessary to evaluate their effect and to plan a communication strategy that reaches the educational sector. It is also necessary to measure the efficacy about what has been made in this respect, to draw pupils and teachers' attention and not to waste the positive perception that our society has with regard to Military Institutions and to subjects related to Security and Defense.

Palabras clave:

Seguridad y defensa; educación secundaria; estrategia comunicativa; redes sociales; evaluación de resultados.

Keywords:

Security and Defense; secondary education; communication strategy; social networks; the assessment of results.

INTRODUCCIÓN

No hay discrepancia en la actual valoración social de las Fuerzas Armadas. El aprecio que muestran las encuestas periódicas, no deja lugar a dudas y, sin embargo, y aunque pueda parecer una contradicción, no podríamos asegurar que se haya llegado a una autentica normalización del conocimiento de la institución militar. Analizando el punto de partida, es mucho lo realizado, pero también lo que resta por avanzar. La información institucional ha ido incorporando la tecnología 2.0 desde sus páginas web, pero aún no ha sido capaz de entrar en las aulas. La experiencia de Educación para la Ciudadanía abrió un espacio específico y adecuado para el conocimiento y análisis del papel de las Fuerzas Armadas en la sociedad actual. La sociedad del siglo XXI requiere, en mi opinión, que se conceda atención en las aulas de secundaria y bachillerato para dar a conocer, no solo el papel de la institución militar, sino también el nuevo panorama de la seguridad nacional e internacional. Ahora es el momento de plantearse si las actividades divulgativas que se ofrecen a través de Internet son suficientes para acercar la institución militar a la sociedad o si estamos corriendo el riesgo de caer en la autocomplacencia.

Las páginas web institucionales se han convertido en excelentes medios de información. Las actividades de difusión, participación y colaboración entre el mundo militar y el mundo civil se han multiplicado. Buena muestra son los numerosos acuerdos firmados con universidades. No podía ser de otra forma; lo contrario sería nadar contra la corriente de la tecnología y de los tiempos. Sin embargo, queda mucho trabajo por hacer. Y las cuestiones pendientes se refieren a la medición de la eficacia comunicativa, a la necesaria evaluación del efecto de las redes sociales y a la generación e interacción de información para contribuir a la vinculación con los medios educativos no universitarios.



Web sobre la Exposición del Pacífico (<http://www.pacificoexposicion.es/>) con vinculación a redes sociales.

NECESARIA MEDICIÓN DE LA EFICACIA

¿Es suficiente con la imagen positiva que ofrecen las encuestas del CIS?, ¿se alcanzan los objetivos de normalizar la imagen de las FFAA enviando posters a los colegios?, ¿podemos asegurar que los estudiantes de Educación Secundaria (ESO y Bachillerato) saben más de la institución militar cuando acaban sus estudios que cuando los iniciaron?, ¿cómo se mide la aceptación? , ¿cuántos centros piden información?, ¿de qué tipo son los centros?, ¿a qué áreas curriculares se vincula la demanda de información? , ¿cómo se mide la respuesta?, ¿se difunden adecuadamente los planes nacionales de seguridad?, ¿conocen los profesores los planes nacionales relativos a la estrategia y seguridad nacionales?

Cuando intentamos responder a estas cuestiones echamos en falta datos fiables. Solo tenemos datos generales, pero ningún estudio preciso y concreto sobre la valoración de la institución militar por parte de los jóvenes, ni tampoco de la demanda, estado de la cuestión y punto de partida, objetivos, estrategia, etc. Haría falta un análisis específico ,segmentado por edades y niveles educativos, que nos permitiera conocer los avances realizados, saber cuál es la percepción de los jóvenes, valorar los segmentos educativos más permeables e idóneos, en fin, establecer y priorizar las necesidades comunicativas vinculadas al mundo de los jóvenes de 12 a 18 años.

Se puede objetar que el optimismo de los barómetros sociológicos hace innecesario incrementar la comunicación. Nada más lejos de la realidad, no deberíamos esperar que haya una demanda explícita, porque entonces sí que tendríamos un problema.

Félix Arteaga, analista e investigador principal Real Instituto Elcano, no parece optimista respecto al futuro y señala que “resultaría ingenuo pensar que no va a cuestionarse la necesidad de la Defensa. Por ello, la Defensa debería anticiparse acortando la distancia entre ella y la percepción cotidiana de sus ciudadanos, mejorando la comunicación estratégica para explicar qué va a hacer la Defensa en relación a asegurar su bienestar y protección frente a las circunstancias y riesgos descritos en las estrategias de Seguridad Nacional”.¹

Quizás la crisis económica, añado yo, haya incrementado las solicitudes de acceso a las FFAA- aunque no precisamente en lo relativo a solicitudes de mujeres- pero no se puede confiar en factores externos porque una mejora económica puede hacer remitir el proceso.

¿DIFUNDIR ES EDUCAR?

Ante esta pregunta, la respuesta es siempre la misma: no es suficiente con publicar y difundir a través de una web. La información que aparece en internet no es lo suficientemente eficaz, porque no se dirige directamente a los interesados. En el caso que nos interesa, no llega a los educadores ni seduce a nuevos interlocutores. La red debe

ofrecer información pertinente para el público al que va dirigida y eso, en estos momentos, requiere un ejercicio que sepa combinar contenidos sobre la institución, sobre seguridad, necesidades actuales de la Defensa, riesgos, amenazas etc., es decir, contribuir directamente a crear cultura de seguridad nacional. Pero además de cumplir los objetivos estratégicos de la Defensa, debe estar en la línea de una web de participación abierta y gratuita que permita al usuario acceder y ser generador de información.

La web, como las redes sociales, es una excelente iniciativa para crear comunidades abiertas y hacer llegar a los centros las actividades que se convocan y la información que se publica. Pero es necesario adecuar los contenidos, la narrativa y el modo de expresión a los objetivos comunicativos, poner todos los elementos en conjunción para que llegue adecuadamente al sector educativo no universitario. Finalmente, se hace imprescindible una herramienta que facilite la recogida de datos y la evaluación del impacto y efecto de la estrategia comunicativa.

ACTIVIDADES

- * **VISITAS CUENTACUENTOS**
Dirigido a niños de 1^o y 2^o de Educación Primaria
- * **VISITA TALLER**
Dirigido a niños de 3^o y 4^o de Educación Primaria
- * **VISITA DINAMIZADA**
Dirigido a niños de 5^o y 6^o de Educación Primaria

FECHAS

- * **ABRIL**
Día 30
- * **MAYO**
Días 7, 8, 9, 10, 21, 22, 23 y 28
- * **OCTUBRE**
Días 8, 9, 10, 15, 16, 17, 22, 23, 24 y 29
- * **NOVIEMBRE**
Días 5, 6, 7, 12, 13, 14, 19, 20 y 21

HORA - 10:30 Horas

ACTIVIDADES GRATUITAS
TELÉFONO DE RESERVAS:
91 509 56 44

ACTIVIDADES EDUCATIVAS DEL MUSEO DEL AIRE

Subvencionado por:

Actividades educativas para alumnos de Primaria en el Museo del Aire

ATRAER EL INTERÉS

La comunicación es algo más que información y para conseguir una buena comunicación 2.0 es necesario conocer las necesidades de los usuarios de la web, observar, conocer el medio al que se dirige y adaptarse a élⁱⁱ.

El mundo de la informaciónⁱⁱⁱ vive un interesante debate acerca de la necesidad de evaluar el impacto de las redes sociales en la comunicación. Sin renunciar a los aspectos de seguridad expuestos por César Pintado,^{iv} profesor del Campus Internacional de Seguridad y Defensa, en un artículo de opinión recientemente publicado, podemos hacer nuestras las 4 reglas de oro para mejorar la comunicación:

1. Atraer el interés. Evitar que nuestra información pase desapercibida detectando intereses, publicando contenidos originales y diferentes y cuidando la expresión y el estilo comunicativo que usamos.
2. Promover la participación del usuario.
3. Crear comunidad: encontrar temas de interés con los usuarios
4. Llegar a más personas.



La web de la Armada incluye una encuesta de satisfacción sobre el portal

1. Atraer el interés
 - *Atraer el interés del docente*

El profesor o profesora de Historia, Filosofía, Matemáticas, un tutor u orientador del centro puede encontrar recursos en los materiales que atesoran las FFAA, pero no se dirige a la web o a los centros militares porque desconoce lo que éstos le pueden ofrecer. Es un problema

de desconocimiento, cuando no de prejuicio. Fernando Savater^v lo reconocía recientemente en una entrevista publicada con ocasión del número de la revista Claves de razón práctica dedicado a las Fuerzas Armadas.^{vi}

El prejuicio ideológico, por temor a un reclutamiento o una exclusiva información probelicista, evidencia el desconocimiento de la institución militar. Pero aún siendo inevitable, es preferible el riesgo del debate, del diálogo y de la crítica a su ausencia entre los jóvenes. La seguridad nacional, la estrategia de defensa nacional y el papel de las FFAA en el cambiante mundo del siglo XXI es un tema de interés y, como cualquier asunto que nos afecta a todos, puede generar discusión. Sin embargo, un debate ideológico que incite al conocimiento y la reflexión en el aula siempre es fructífero y puede ser una buena oportunidad para conocer la institución militar y añadir inteligencia y cohesión a la formación de nuestros conciudadanos.^{vii}

- *Atraer el interés del estudiante*

El desconocimiento de la mayor parte de los jóvenes respecto a las FFAA nos podría llevar hasta la hilaridad: cualquier adolescente español conoce más del ejército norteamericano por el cine o las series televisivas que del nuestro. Pero es que ese desconocimiento afecta hasta a materias tan supuestamente alejadas del asunto como puede ser la literatura: ¿se pueden entender los Episodios Nacionales de Galdós, sin tener una mínima información acerca de las características del ejército español?; ¿solo se van a conocer los Tercios por las novelas de Pérez Reverte? Los estudiantes de secundaria de hoy, salvo que tengan vínculos familiares, no conocen nada de la institución militar. El conocimiento sobre las FFAA es determinante en el estudio de la Historia de España y su conocimiento es esencial para esa materia, como lo es la necesidad de informar sobre los riesgos y amenazas del siglo XXI.

Contribuir a la mejora de la educación y a crear unos ciudadanos informados y conscientes del mundo actual conlleva el compromiso de no hurtar del currículo la información sobre los conflictos del mundo actual, las implicaciones y los riesgos que previene la ciberseguridad, los nuevos conceptos de seguridad y las implicaciones colectivas para nuestro país y para el resto del mundo.

2. *Promover la participación del usuario* a partir de preguntas o temas que susciten la diversidad de opiniones. La actualidad ofrece muchas posibilidades para provocar debates históricos o culturales sobre los temas o asuntos que nos interese difundir.
3. *Crear comunidad* buscando temas de interés que unos usuarios hagan llegar a otras personas. La lectura, el cine, el comic, videoclips, etc. pueden servir para acercar a los receptores y crear grupos de interés en asuntos de historia militar, seguridad en el siglo XXI, misiones de paz, expediciones militares, etc.
4. *Llegar a más personas*. Si los docentes y alumnos encuentran interesantes nuestros contenidos los compartirán y la viralidad habrá llegado al aula. Para tener

repercusión hace falta encontrar el nicho de interés de profesores, alumnos y hasta padres.

En definitiva, si la seguridad nacional se considera un bien público, introducirlo en las aulas es la mejor manera de asegurarse de que llega a todos y si se quiere aprovechar las posibilidades de los medios sociales, es imprescindible adaptarse a las necesidades de los usuarios.



Actividades de animación educativa en el Museo del Ejército

INICIATIVAS ESTIMULANTES

El Ministerio de Defensa ha hecho ya una parte de su trabajo. Las web de cada uno de los ejércitos ofrecen vinculaciones a las redes sociales y publican convocatorias, certámenes, actividades de dinamización, etc. Sin embargo, estamos lejos de que la institución militar sea el punto de referencia imprescindible en cuestiones de seguridad, conflictos y defensa para cualquier profesor o estudiante. Para avanzar en la vinculación con el mundo educativo es necesario tener presencia y visibilidad en los espacios de encuentro de los docentes.

Las iniciativas para crear comunidades en el mundo de la educación son ya antiguas y de muy diferente calado, pero sigue sorprendiéndonos la oportunidad con que otros países ofrecen desde los medios de comunicación social acceso a contenidos educativos. Hay ejemplos verdaderamente recomendables y en muchos de ellos se abordan temas relacionados con las Fuerzas Armadas de una forma tan natural que, visto desde nuestra perspectiva nacional, no deja de sorprendernos. La comunidad educativa está presente en fórmulas como el newsletter que ofrece el diario británico The Guardian, The Guardian Teacher Network; la sección Langue Française –découvrir, apprendre, enseigner -de la web de TV5 France o TES Connect y todas ellas permiten ofrecer y compartir contenidos con los profesores y usuarios.

Francia y Reino Unido fueron pioneros en la incorporación de la educación a sus páginas de Defensa. Francia tiene activa desde hace mucho tiempo una página específica de educación y defensa: [Éduc@déf^{viii}](#). Dependiente del Ministère de la Défense, facilita, entre otros, recursos segmentados por niveles educativos, recursos documentales y acceso a publicaciones oficiales del departamento. Sin embargo, queda ya bastante lejos de lo que demanda la sociedad de la formación del siglo XXI porque no facilita la creación de contenidos ni la interacción.

Sin embargo, desde el Portal nacional de profesionales de la educación, [éduscol^{ix}](#), se accede a la sección [Apprentissage de la responsabilité](#) que facilita la vinculación con la página del Ministère de la Défense. Una vez más, la vinculación de contenidos es la clave para ser visibles y accesibles:

- [Apprendre à vivre ensemble](#)
- [Éducation à la sécurité](#)
- [Éducation à la sécurité routière](#)
- [Éducation à la santé](#)
- [Éducation à la défense](#)

También la página del Reino Unido ofrece una sección dedicada los profesores.^x Aunque plantea el camino unilateralmente, lo que las Fuerzas Armadas pueden ofrecer a los centros educativos, y a pesar de obstarle ofrecer presentaciones, grupos de trabajo, recursos y materiales, no permite la interacción y la sección parece estar excesivamente vinculada al reclutamiento.

Más interesante en este momento nos parece la iniciativa en España del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Ha aglutinado todos los portales educativos en una única sección de su web corporativa. De entre todos, destaca EducaLab. Se presenta como “un lugar de encuentro para la educación. Su objetivo es apoyar a los docentes y en sentido

amplio a todo el sistema educativo español desde el conocimiento y la cercanía, desde los datos y el análisis y desde la investigación, la experimentación y la innovación”^{xi}. Se organiza en cinco secciones:

- Conoce-información sobre sistema educativo, proyectos, formación para el profesorado, datos, etc.
- Conecta-una red educativa y personal de aprendizaje
- Crea-permite crear contenidos
- Comparte-para compartir difundir experiencias, conocimientos y recursos
- Colabora-para fomentar la participación en proyectos ya en marcha. Es una excelente iniciativa y nos ofrece la mejor vía para la vinculación de contenidos de seguridad y defensa.

educaLAB

CONOCE... lo que hacemos

26 noviembre 2013 27 noviembre 2013

La formación de los profesores en la sociedad digital: hacia una escuela de profesores

Se pretende analizar la importancia de la formación de los profesores en el desempeño de su función en el sistema educativo y las posibilidades de mejora...

Conoce. conecta. crea. comparte. colabora

inee intef cniie

CREA... tus recursos

procomún Red de Recursos Educativos Abiertos

CONECTA... en redes sociales

COLABORA... en proyectos

leer.es eTwinning La aventura de aprender

Proyectos	Redes Sociales	INTEF	CNIIE	INEE
leer.es	Blogs	Formación	Competencias básicas	Evaluaciones internacionales
eTwinning	Twitter	Tecnología	Calidad educativa	Evaluaciones nacionales
Procomún	Red social docente		Información educativa y estudios	Indicadores educativos
La Aventura de Aprender				EducaINEE
				Revista de educación

educaLAB

Portal educaLab en la página del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Desde Crea se puede acceder a Procomún, una plataforma social semántica que ofrece un repositorio de Recursos Educativos en Abierto (REA) y la Red Social Docente del Ministerio. Permite utilizar directamente en el aula contenidos educativos adaptados al currículo español. Se facilita una herramienta de autor de código abierto (eXeLearning) para ayudar a los docentes en la creación y publicación de contenidos web y de este modo crear y difundir contenidos entre los docentes, crear espacios sociales o grupos de usuarios e interactuar con otros para la creación, valoración y difusión de contenidos.

En este caso, EducaLab, se trata de un portal ministerial. Sería necesario revisar, además, qué posibilidades ofrecen todas y cada una de las comunidades autónomas con competencias educativas. Pero no hay duda de que la creación y difusión de contenidos digitales es una oferta creciente en España, como sucede en el resto de los países europeos. Pablo Hermoso de Mendoza, responsable de la consultoría de Gnos, señala acertadamente “existe un gran tesoro de contenidos digitalizados públicos que viven enterrados en webs oficiales, bases de datos inaccesibles y espacios opacos”^{xii}

CONCLUSIÓN

La colaboración en portales e iniciativas de este tipo parece una de las mejores vías para acortar distancia con el mundo educativo y, en concreto, con los profesores.

Las orientaciones de uso de la Web 2.0 presentes y futuras implican aplicaciones educativas basadas en cuatro funciones: crear recursos, compartir recursos, recuperar información y potenciar las redes sociales ^{xiii}.

Parece evidente que la tecnología juega a nuestro favor. Es necesario evaluar los avances conseguidos y establecer un plan que permita avanzar en la publicación de contenidos de valor pedagógico, adecuar los recursos a los diferentes niveles escolares y potenciar la aplicabilidad de los contenidos en todo tipo de soportes.

Para sortear las objeciones que solo verían propaganda 2.0, la mejor fórmula es mantener la convicción de que promover la información y los contenidos de calidad es el mejor servicio que se puede hacer al mundo educativo y a la cultura de seguridad y defensa.

*María José Izquierdo Alberca
Analista del IEEE*

ⁱ ARTEAGA, Félix, (Coord.), "La Defensa que viene. Criterios para la reestructuración de la Defensa en España", *Elcano Policy Paper* 3/2013- 9/10/2013, p. 31.

ⁱⁱ En 2013 el Institut de Relations Internationales et Stratégiques publicó el dossier "Les communications institutionnelles de la défense en Europe: comment les pays européens communiquent sur leur armées", EPS dossier n. 2011/74, janvier, 2013. Lamentablemente, no se incluye España.

ⁱⁱⁱ Natalia Arroyo, *Pinchar la burbuja de las bibliotecas en Facebook: el reto de la comunicación 2013*, ThinkEPI, disponible en [http:// www.rediris.es/list/info/iwetel.html](http://www.rediris.es/list/info/iwetel.html)

^{iv} PINTADO, César, *Las Redes Sociales y la Defensa. Un análisis DAFO*.IEEE, 119/2013, diciembre de 2013, disponible en [http:// www.ieee.es/](http://www.ieee.es/)

^v Boletín informativo del Ejército Español, Entrevistas Fernando Savater, año XVIII, n. 212 de septiembre 2013, disponible en [http:// www.ejercito.mde.es/](http://www.ejercito.mde.es/)

^{vi} *Claves de razón práctica*. "Disuadir y defender", nº 229, julio-agosto 2013.

^{vii} Destaco por su interés la iniciativa del U.S. Army Heritage and Education Center-USAHEC- en agosto de 2013: lectura de textos sobre el tema *American Militarism and Anti-Militarism in Popular Media* www.usahec.org

^{viii} <http://www.defense.gouv.fr/educadef>

^{ix} eduscol.education.fr

^x http://www.army.mod.uk/training_education/6959.aspx

^{xi} <http://educalab.es/home>

^{xii} Clip, boletín de SEDIC, n.68, julio-diciembre de 2013. Creación, financiación y difusión de contenidos digitales, disponible en <http://www.sedic.es>

^{xiii} Scopeo, Formacion Web 2.0, Monográfico, n 1 de marzo 2009, disponible en <http://scopeo.usal.es/>